

**Частное образовательное учреждение высшего образования
"Ростовский институт защиты предпринимателя"**

(г. Ростов-на-Дону)

УТВЕРЖДАЮ

Ректор
Паршина А.А.

**Ценообразование в рекламной деятельности
рабочая программа дисциплины (модуля)**

Учебный план	42.03.01_ОФО_2022.plx 42.03.01 Реклама и связи с общественностью	
Квалификация	бакалавр	
Форма обучения	очная	
Общая трудоемкость	2 ЗЕТ	
Часов по учебному плану	72	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		зачеты 4
аудиторные занятия	20	
самостоятельная работа	51,9	
контактная работа во время промежуточной аттестации (ИКР)	0,1	

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
	уп	рп	уп	рп
Неделя	17 1/6			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	10	10	10	10
Практические	10	10	10	10
Иная контактная работа	0,1	0,1	0,1	0,1
Итого ауд.	20	20	20	20
Контактная работа	20,1	20,1	20,1	20,1
Сам. работа	51,9	51,9	51,9	51,9
Итого	72	72	72	72

Программу составил(и):
д.э.н., Доцент, Денисова Ирина Петровна

Рецензент(ы):
д.э.н., Профессор, Прокопенко Максим Владимирович

Рабочая программа дисциплины
Ценообразование в рекламной деятельности

разработана в соответствии с ФГОС ВО:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 30.06.2022 протокол № 26.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Маркетинг, реклама и туризм

Протокол от 30.06.2022 г. № 26

Зав. Кафедрой Черемисова Н.Ф.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1	Учебный курс «Ценообразование в рекламной деятельности» направлен на формирование у студентов понимания логики происходящих преобразований в экономике страны, а также выявлении существующих взаимосвязей между каждым человеком, фирмами и обществом в целом, позволяющих объективно объяснить главные социально-экономические процессы.
1.2	
1.3	Основной целью дисциплины является систематизация знаний о принципах и методах социально-экономических преобразований в обществе, освоение методики реализации экономических потребностей и интересов всех в целом, и отдельного хозяйствующего субъекта в частности, в существующей социально-экономической системе общества, формирование навыков текущей практической деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	ФТД
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Основы рекламы
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Технологии управления общественным мнением
2.2.2	Профессионально-творческая практика
2.2.3	Риск менеджмент
2.2.4	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.5	Преддипломная практика

3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:
3.1 Знать
методы ценообразования в рекламной деятельности, методы планирования цен в рекламной деятельности методы ценообразования в малых коллективах в области рекламной отрасли основы ценообразования в различных сфере рекламы
3.2 Уметь
осуществлять оперативное планирование цен и оперативный контроля за ценообразованием в рекламной деятельности, деятельности по связям с общественностью методами ценовой стратегии и продвижения товаров и услуг на рынок. планировать ценовую стратегию рекламной фирмы управлять механизмом ценообразования малых предприятий, занимающихся рекламным бизнесом использовать методы ценообразования в различных сферах рекламной деятельности
3.3 Владеть
методами ценовой стратегии и продвижения товаров и услуг на рынок.
ОПК-4: Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
ОПК-4.1: Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
запросы и потребности общества и отдельных аудиторных групп
частично запросы и потребности общества и отдельных аудиторных групп
свободно запросы и потребности общества и отдельных аудиторных групп
соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
частично соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
свободно соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
умением соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
частично умением соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
свободно умением соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
ОПК-4.2: Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
способы поиска информации о текущих запросах и потребностях общества при создании текстов рекламы и

коммуникационных продуктов
частично способы поиска информации о текущих запросах и потребностях общества при создании текстов рекламы и коммуникационных продуктов
свободно способы поиска информации о текущих запросах и потребностях общества при создании текстов рекламы и коммуникационных продуктов
искать информацию о текущих запросах и потребностях общества при создании текстов рекламы и коммуникационных продуктов
частично искать информацию о текущих запросах и потребностях общества при создании текстов рекламы и коммуникационных продуктов
свободно искать информацию о текущих запросах и потребностях общества при создании текстов рекламы и коммуникационных продуктов
методами поиска информации о текущих запросах и потребностях общества при создании текстов рекламы и коммуникационных продуктов
частично методами поиска информации о текущих запросах и потребностях общества при создании текстов рекламы и коммуникационных продуктов
свободно методами поиска информации о текущих запросах и потребностях общества при создании текстов рекламы и коммуникационных продуктов

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература и эл. ресурсы	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1.						
1.1	Тема 1. Цена и стоимость, их сущность и взаимосвязь Функции цен /Тема/	4	0				
1.2	/Лек/	4	2	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2		
1.3	/Пр/	4	2	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2		
1.4	/Ср/	4	16	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2		
1.5	Тема 2. Методология ценообразования /Тема/	4	0				
1.6	/Лек/	4	2	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2		
1.7	/Пр/	4	2	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2		
1.8	/Ср/	4	16	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2		
1.9	Тема 3. Регулирование цен /Тема/	4	0				
1.10	/Лек/	4	2	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2		
1.11	/Пр/	4	2	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2		
1.12	/Ср/	4	9,9	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2		
1.13	Тема 4. Особенности ценообразования в рекламной деятельности /Тема/	4	0				
1.14	/Лек/	4	4	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2		
1.15	/Пр/	4	4	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2		
1.16	/Ср/	4	10	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2		
1.17	/ИКР/	4	0,1	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2		
1.18	/Зачёт/	4	0	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Л1.1 Л1.2		

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Проверяемая компетенция «ПК-1»

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний:

Тестовые задания:

1. Какие из перечисленных статей не входят в производственную себестоимость:

- а) зарплата производственных рабочих; б) цеховые расходы;
- в) внепроизводственные расходы; г) топливо и электроэнергия.

2. По установленным нормативам для целей ценообразования вы включите в себестоимость из перечисленных расходов:

- а) расходы на аренду помещений;
- б) амортизация оборудования;
- в) расходы на транспортирование готовой продукции;
- г) единый социальный налог.

3. К деятельности естественных монополий из нижеперечисленного относится:

- а) производство черных металлов БЖД перевозки;
- в) производство цветных металлов;
- в) услуги по передаче электроэнергии.

4. Что из нижеперечисленного относится к деятельности естественных монополий:

- а) добыча нефти; б) морские перевозки;
- в) услуги портов; г) добыча угля.

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки умений:

Тестовые задания:

1. Торговая надбавка устанавливается к:

- а) свободной отпускной цене (с НДС);
- б) свободной отпускной цене (без НДС);
- б) свободной оптовой цене (без НДС);
- б) свободной оптовой цене (с НДС)

2. В полную себестоимость включаются:

- а) внепроизводственные расходы;
- б) общепроизводственные расходы;
- в) общехозяйственные расходы;
- г) цеховая себестоимость.

3. В цеховую себестоимость включается:

- а) сырье и материалы;
- б) сырье и материалы за вычетом возвратных отходов;
- в) заработная плата аппарата управления;
- г) начисления на зарплату аппарата управления.

4. Общепроизводственные расходы это:

- а) амортизация здания; б) аренда помещений;
- в) расходы по реализации готовой продукции;
- г) расходы по рекламе.

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки навыков:

Тестовые задания:

1. Из нижеперечисленного цены регулируются:

- а) обувь;
- б) торговые надбавки на продукты детского питания;
- в) торговые надбавки на товары, реализуемые на крайнем севере и в приравненных к ним районах;
- г) ткани.

2. Оптовая надбавка устанавливается к:

- а) свободной отпускной цене (без НДС);
- б) свободной отпускной цене (с НДС);
- в) свободной оптовой цене (без НДС);
- г) свободной оптовой цене (с НДС).

3. Торговая надбавка устанавливается при условии, что товар облагается акцизом к:

- а) свободной отпускной цене (с акцизом, но без НДС);
- б) свободной отпускной цене (без НДС и акциза);

в) оба ответа верны; г) оба ответа не верны.

4. Товар реализуется оптовым предприятием в розничную торговлю при условии, что торговая надбавка устанавливается к:

- а) свободной отпускной цене (без НДС) плюс оптовая надбавка;
- б) свободной отпускной цене (с НДС) плюс оптовая надбавка;
- в) свободной отпускной цене (с НДС) плюс оптовая надбавка плюс (НДС).

Проверяемая компетенция ПК-2

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний:

Тестовые задания:

1 Из нижеперечисленного цены регулируются правительством РФ и Федеральными органами исполнительной власти - на:

- а) товары народного потребления первой необходимости;
- б) газ населению и жилищно-строительным кооперативам;
- в) продукция оборонного значения;
- г) топливо и керосин, регулируемые населению.

2. Из нижеперечисленного регулируются цены органами исполнительной власти субъектов РФ на:

- а) перевозку грузов ЖД транспортом;
- б) драгоценные металлы;
- в) протезно-ортопедические изделия;
- г) оплату населением жилья и коммунальных услуг, ритуальные услуги.

3. Из нижеперечисленного не регулируются цены:

- а) услуги, оказываемые предприятием промышленности, ЖД транспортом на подъездных путях;
- б) керосин;
- в) хлеб и хлебобулочные изделия;
- г) топливо твердое, реализуемое для населения.

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки умений:

Тестовые задания:

- 1. Тарифы по группам пользователей.
- 2. Перекрестное субсидирование.
- 3. Директивный порядок ценообразования.
- 4. Нормативная прибыль.
- 5. Средние издержки.

ЗАДАЧИ

Задача 1

Определите розничную цену , если известны следующие данные:

- себестоимость изделия – 7,1 руб.;
- ставка акциза 45% к свободной отпускной цене (без НДС);
- НДС – 20% к свободной отпускной цене (без НДС);
- свободная отпускная цена (с НДС) – 21,4 руб.;
- оптовая надбавка – 6% к свободной цене;
- торговая надбавка – 25% к свободной цене.

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки навыков:

ЗАДАЧИ

Задача 1

.Сопоставьте доход участников коммерческой цепочки при формировании свободной розничной цены. Исходные данные:

- себестоимость – 25 120 руб.;
- НДС – 20% к отпускной цене (без НДС);
- отпускная цена (с НДС) – 45 380 руб.;
- оптовая надбавка – 8% к отпускной цене;
- торговая надбавка – 20% к отпускной цене.

Задача 2

Определите отчисления в бюджет и структуру свободной отпускной и розничной цен платья женского шелкового, реализуемого частным магазином. Известно, что полная себестоимость платья составляет 2680 руб., свободная отпускная цена с НДС – 3860 руб., свободная розничная (рыночная) цена – 5095 руб., ставка НДС – 18%, оптовая надбавка – 11%.

Проверяемая компетенция ПК-3

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний:

1. Цена и ценообразование в рыночной экономике.
2. Сущность тарифов как системы цен, их назначение.
3. Закон стоимости.
4. Общественно необходимые затраты труда.

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки умений:

1. Факторы рыночного ценообразования.
2. Макро-экономические факторы.
3. Факторы роста.
4. Факторы потребительского выбора.

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки навыков:

1. Стратегии ценообразования работ (услуг).
2. Стратегия снятия сливок.
3. Стратегия цен проникновения.
4. Стратегия дифференцированного ценообразования.
5. Цели, задачи и факторы, определяющие выбор стратегии ценообразования на работы (услуги).
6. Стратегия ассортиментного ценообразования.
7. Стратегия психологического ценообразования.
8. Стратегия конкурентного ценообразования.

Проверяемая компетенция ОК-3

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний:

1. Прямые затраты.
2. Косвенные затраты.
3. Условно-постоянные расходы.
4. Переменные расходы.
5. Себестоимость производства услуг.
6. Методика определения себестоимости укрупненного стоимостного измерителя объема услуг.

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки умений:

6. Тарифы по группам пользователей.
7. Перекрестное субсидирование.
8. Директивный порядок ценообразования.
9. Нормативная прибыль.
10. Средние издержки.

ЗАДАЧИ**Задача 1**

1. Определите

- а) прибыль в свободной отпускной цене изделия;
 - б) свободную розничную цену изделия;
 - в) цену закупки, по которой розничная торговля будет рассчитываться с посредником.
2. Составьте структуру свободной отпускной и свободной розничной цен.

Исходные данные:

- себестоимость изделия – 22 500 руб.;
- свободная отпускная цена с НДС – 500 400 руб.;
- НДС – 20% к свободной отпускной цене (без НДС);
- акциз – 30% к свободной отпускной цене (без НДС);
- снабженческо-сбытовая надбавка – 15% к свободной отпускной цене;
- торговая надбавка – 25% к цене закупки.

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки навыков:

1. Методы косвенного регулирования цен.
2. Административные методы государственного регулирования цен.
3. Цель государственного регулирования ценообразования.
4. Задачи государственного регулирования тарифов.
5. Задачи, принципы и методы установления тарифов на услуги присоединения и услуги по пропуску трафика.

6. Основные направления дальнейшего совершенствования государственного регулирования ценообразования работ (услуг).

5.2. Темы письменных работ

1. Тарифы по группам пользователей.
2. Перекрестное субсидирование.
3. Директивный порядок ценообразования.
4. Нормативная прибыль.
5. Средние издержки.
6. Цена и ценообразование в рыночной экономике.
7. Сущность тарифов как системы цен, их назначение.
8. Закон стоимости.
9. Общественно необходимые затраты труда.
10. Факторы рыночного ценообразования.
11. Макро-экономические факторы.
12. Факторы роста.
13. Факторы потребительского выбора.
14. Стратегии ценообразования работ (услуг).
15. Стратегия снятия сливок.
16. Стратегия цен проникновения.
17. Стратегия дифференцированного ценообразования.
18. Цели, задачи и факторы, определяющие выбор стратегии ценообразования на работы (услуги).
19. Стратегия ассортиментного ценообразования.
20. Стратегия психологического ценообразования.
21. Стратегия конкурентного ценообразования.
22. Тарифы по группам пользователей.
23. Перекрестное субсидирование.
24. Директивный порядок ценообразования.
25. Нормативная прибыль.
26. Средние издержки.
27. Методы косвенного регулирования цен.
28. Административные методы государственного регулирования цен.
29. Цель государственного регулирования ценообразования.
30. Задачи государственного регулирования тарифов.
31. Задачи, принципы и методы установления тарифов на услуги присоединения и услуги по пропуску трафика.
32. Основные направления дальнейшего совершенствования государственного регулирования ценообразования работ (услуг).

5.3. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств по дисциплине «Ценообразование в рекламной деятельности» включает:

- 1) оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости:
 - устный и письменный опрос,
 - собеседование,
 - реферативное задание,
 - тематика курсовых работ
 - тестовое задание
- 2) оценочные средства для проведения промежуточной аттестации в форме: контрольных вопросов и заданий для зачета, экзамена.

5.4. Перечень видов оценочных средств

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)					
6.1. Рекомендуемая литература					
6.1.1. Основная литература					
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год		
Л1.1	Панкратов Ф. Г., Баженов Ю. К., Шахурин В. Г.	Основы рекламы: учебник	Москва: Дашков и К°, 2019		
Л1.2	Дашков, Л. П	Ценообразование в коммерческой деятельности	, 2018		
6.3.2 Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем					
6.3.2.1	1. Справочная Правовая Система КонсультантПлюс				
6.3.2.2	2. Информационная справочная система «Гарант»				
7. МТО (оборудование и технические средства обучения)					
№	Назначение	Оборудование	ПО	Адрес	Вид
46/2	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации,	Демонстрационное оборудование, учебно-наглядные пособия Специализированная мебель: стол – 15 шт., стул – 30 шт., доска – 1 шт.,		344029, Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, Первомайский район, ул. Сержантова, 2/104	
8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)					
<p>Обучение по дисциплине (модулю) предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (лекции, практические/семинарские) и самостоятельной работы студентов. Практические/семинарские занятия дисциплины могут проводиться в различных формах с целью оценки достижения компетенций.</p> <p>Подготовка к лекции студентами заключается в следующем:</p> <ul style="list-style-type: none"> - повторить материал предыдущей лекции, прочитав его повторно; - ознакомиться с темой предстоящей лекции (в рабочей программе учебной дисциплины); - ознакомиться с учебными материалами по данной теме в соответствии с предложенным списком литературы в рабочей программе учебной дисциплины или с электронными материалами, предложенными лектором; - записать возможные вопросы, которые можно будет задать лектору. <p>Подготовка к практическим (семинарским) занятиям:</p> <ul style="list-style-type: none"> - внимательно прочитать материал лекций, относящихся и к данному занятию, ознакомиться с учебными материалами, включая электронные в соответствии с предложенным списком литературы в рабочей программе учебной дисциплины; - подготовить развернутые ответы на вопросы, предложенные для обсуждения; - выполнить задания, если они предусмотрены в письменной форме; - понять, что осталось неясными и постараться получить на них ответ заранее; - готовиться к практическим/семинарским занятиям можно как индивидуально, так и в составе малой группы; - рабочую программу учебной дисциплины необходимо использовать в качестве основного ориентира в организации обучения; <p>Подготовка к промежуточной аттестации. К промежуточной аттестации необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. В самом начале учебного курса познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:</p> <ul style="list-style-type: none"> - программой дисциплины; - тематическими планами лекций, семинарских занятий; - учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами; - перечнем и тематикой письменных работ, а также методическими рекомендациями по их выполнению; - перечнем вопросов (вопросов к зачету). 					